LIBROS DE LA REVISTA ANTHROPOS

ANTHROPOS



Julián Chaves Palacios
Lorenzo Mariano Juárez (Eds.)

Cooperación al desarrollo

II. Derechos humanos y políticas de comunicación

Lola Pérez Machado, Antonio Cid de Rivera, Santiago Barrientos Villanueva, Alicia García García, Francisca Rey, David del Campo, Julián Chaves Palacios, Pedro Trinid, Juan Antonio Gómez Martín, Lorenzo Mariano Juárez, Diego Durán Paz, Antonio Venegas Díaz Díaz

Condenados a entenderse: medios de comunicación y organizaciones humanitarias en la respuesta a las crisis

Francisco Rey. Codirector del Instituto de Estudios sobre Conflictos y Acción Humanitaria (IECAH)

Artículo publicado en "Cooperación al desarrollo. II. Derechos Humanos y políticas de comunicación".
Libros de la Revista Antrophos.2018.
Julián Chaves Palacios y Lorenzo Mariano Juárez (Eds).
Oficina de Cooperación Universitaria al Desarrollo y Voluntariado de la Universidad de Extremadura.

1. Introducción

El papel de los medios de comunicación en la configuración de la conciencia ciudadana está fuera de toda duda y en el ámbito en el que trabajo, el humanitario, tal vez cobre una importancia aún mayor. Si algún sector de la cooperación internacional, de la solidaridad y del desarrollo se encuentra influido por los medios de comunicación es el humanitario, sobre todo en lo que afecta a las situaciones de conflicto o de desastres de gran magnitud. Por ello, quisiera agradecer y felicitar a los organizadores por la elección de un tema tan pertinente para estas Jornadas y por la oportunidad que nos brinda a personas con diversas procedencias y experiencias profesionales y vitales de discutir sobre estos temas.

En la práctica del Instituto de Estudios sobre Conflictos y Acción Humanitaria (IECAH) que co dirijo, el tema de la relación entre los medios y las organizaciones humanitarias en la respuesta a las crisis ha formado, desde nuestro inicio, parte de nuestras áreas de interés y hemos dedicado al mismo varias jornadas especializadas, cursos de formación tanto presenciales como virtuales, publicaciones y un trabajo cotidiano de reflexión y de trabajo tanto con medios como con organizaciones humanitarias, por entender que era y sigue siendo un asunto en el que, aunque se han hecho avances, sigue habiendo muchas áreas de mejora en las que es necesario profundizar. Es muy representativo que en unas Jornadas de

debate que organizamos en el año 2006 sobre medios y organizaciones humanitarias, uno de los ponentes, Jean Paul-Marthoz, periodista belga de gran prestigio, director editorial de la revista Enjeux internationaux (Bruselas) y director europeo de información de Human Rights Watch durante muchos años expresaba:

> “Un malestar difuso impera desde hace algunos años en la relación entre los medios de información y las ONG humanitarias. Las sospechas y las acusaciones se entrecruzan. No obstante, sin soñar con llegar a un punto ideal de equilibrio en unas relaciones por naturaleza fluctuantes, el binomio periodismo y “humanitarismo” ofrece amplios espacios para desarrollar relaciones profesionales mutuamente beneficiosas. Quizás una perspectiva histórica permita aclarar el estado actual de la ecuación y sugerir pistas de colaboración « madura »” (IECAH, 2006: 49).

Quiero seguir en este texto esta misma línea de reflexión trazando con una cierta perspectiva histórica la evolución de la relación entre medios y organizaciones humanitarias, mostrando algunas de las propuestas que se han ido haciendo en la materia para proponer, finalmente, algunas líneas de trabajo futuro. Si uso en el título de la ponencia el término “condenados a entenderse” es por enfatizar, de un modo provocador, la idea de que nadie, ningún sector, tiene el monopolio de la solidaridad ni mucho menos de la verdad y que, por tanto tenemos la obligación de colaborar entendiendo las posiciones del resto de intervinientes en las situaciones de crisis o emergencia. En favor de las personas y comunidades afectadas por esas situaciones.

Desde esta perspectiva histórica, las crisis humanitarias de los años ochenta y noventa pusieron de manifiesto el tremendo poder de la imagen respecto a la percepción de las situaciones de conflicto y el papel modelador que han adquirido los medios de comunicación respecto a nuestras actitudes frente a los conflictos y los desastres naturales (Fisas Armengol, V. 2005). El llamado “efecto CNN”, término acuñado tras la Guerra del Golfo y sobre todo tras la operación mediática por excelencia en Somalia, mostraron claramente el tremendo poder de influencia de la televisión para desencadenar respuestas políticas ante determinados escenarios conflictivos, en los que el sufrimiento de las personas es retransmitido en directo. Nadie duda de la importancia que los medios han tomado para provocar o legitimar operaciones humanitarias. En esa misma época, otros muchos autores profundizaron en el análisis de este tema y en el conocido libro de Michael

Ignatieff, “El honor del guerrero: guerra étnica y conciencia moderna” (Ignatieff, M. 1999: 15) dedica especial atención en un capítulo a la ética de la televisión con el sugerente título de ¿no hay nada sagrado? Desde entonces, ríos de tinta se han publicado sobre este tema y, pese a ello, el debate continúa.

Esta gran influencia e importancia que los medios prestan a las emergencias y crisis contrasta mucho con la escasa atención que conceden a la cooperación al desarrollo y a la información sobre causas profundas y estructurales de las crisis que clásicamente han tenido. La atención a los sucesos y no a los procesos es clara y la diferencia en el tratamiento que los medios dan a uno y otro aspecto condiciona mucho el trabajo de las organizaciones humanitarias. Este riesgo de banalización, simplificación o simple sensacionalismo, que fue muy evidente en los años ochenta y noventa, han estado en el origen de muchas de las críticas que se han realizado a los medios desde los sectores de cooperación.

Sin embargo, existen opiniones discrepantes sobre el verdadero papel de los medios de comunicación en las crisis y sobre si son éstos los que influyen la toma de decisiones o es el poder el que usa los medios, y no al revés (Strobel, W P. 1996). El análisis de diversos casos nos llevaría a pensar que ambas cuestiones existen y que aunque los medios han mostrado en ocasiones cierta autonomía, dando una respuesta no solo reactiva sino anticipatoria a las crisis provocando la acción posterior de gobiernos y ONG, en otras muchas ocasiones han sido utilizados por el poder para justificar el inicio o el fin de operaciones humanitarias. Somalia fue el mejor ejemplo de ello (Rey, F. 2002).

En los escenarios de crisis coinciden numerosos actores con fines diversos, hipotéticamente humanitarios todos, que no resulta fácil conjugar. Simplificando mucho el famoso triángulo que propone Larry Minear, junto a las víctimas estarían los Gobiernos, las organizaciones humanitarias y los medios periodísticos. “Los gobiernos sirven a los intereses nacionales, las organizaciones humanitarias a las víctimas y los medios periodísticos a sus clientes” (Minear et al, 1996). La pregunta inmediata que surge es si es posible servir a víctimas y clientes a la vez o a intereses nacionales y víctimas a la vez.

2. Breve cronología de la información humanitaria

Con este enfoque evolutivo que estamos dando en esta presentación, sería conveniente recordar algunos datos que nos permitan ubicar mejor el tema[1]. Pueden distinguirse 3 etapas en la evolución histórica del flujo de información humanitaria, tanto la generada por los medios de comunicación, como también por los gobiernos y las organizaciones humanitarias.

1 – Antes de 1990: En el contexto de Guerra fría, existía una gran resistencia de los gobiernos a proveer información sobre las crisis que se daban dentro de su territorio, tanto de carácter armado como desastres naturales. La agenda internacional estaba dominada por los intereses de las superpotencias y el trabajo de la ONU y las ONG en cuestiones humanitarias era limitado.

2 -Desde los años 1990 hasta 2004: Internet y las nuevas tecnologías de la información junto a los procesos de globalización revolucionan el flujo de información a nivel internacional. Asimismo, el fin de la guerra fría y las grandes crisis humanitarias de los 90, comenzaron a generar un flujo de información más abundante e interés mundial sobre las cuestiones humanitarias, principalmente, en el caso de conflictos armados y violaciones masivas de los derechos humanos.

3 – A partir del tsunami de 2004: La naturaleza novedosa del fenómeno del tsunami, sumado al gran desarrollo de las tecnologías han generado una revolución en el ámbito humanitario sobrecargando de información sobre conflictos y desastres naturales al público.

2.1. La información humanitaria antes de 1990

[1] Muchas de las cuestiones de este apartado están sacadas del Curso "Comunicación y periodismo en la respuesta a las crisis humanitarias" del IECAH que dirige Adrian Ciancio de la Oficina de Asuntos Humanitarios (OCHA), y editor de ReliefWeb, al que agradezco su colaboración. El curso se realiza periódicamente y puede accederse desde www.campusiecah.org

Algunas características del periodo serían:

- Recelo de los gobiernos sobre intromisión en asuntos internos: Existían aún numerosos regímenes totalitarios que no permitían el acceso a información sobre conflictos o desastres. Solo los grandes conflictos en el contexto de la guerra fría eran cubiertos por los medios de comunicación como la guerra en Vietnam, por ejemplo. Pero los gobiernos no estaban dispuestos a compartir información sobre las crisis y los desastres que los afectaban.
- Cooperación Internacional limitada: La sociedad civil internacional no estaba desarrollada. Existía el movimiento de la Cruz Roja y Media Luna Roja, pero la participación de la ONU en operaciones de paz o humanitarias era casi inexistente debido a la tensión en el Consejo de seguridad. Las ONG internacionales no surgen masivamente sino a partir de finales de los 80. Esto, junto a la reticencia de los gobiernos a recibir periodistas o compartir información sobre su situación interna, obstaculiza la producción de contenidos humanitarios.
- Medios de comunicación masivos: Los medios tradicionales de comunicación dominaban la escena. En particular la televisión, radio y los periódicos. Si bien existían corresponsalías internacionales, el acceso de periodistas a áreas sensibles era limitado por la presión de los gobiernos. Los medios entonces, focalizaban la cobertura de aquellas situaciones relevantes para la agenda de las superpotencias y sobre las cuales obtenían acceso.
- Escaso interés por problemas globales: No existía un interés de los públicos de cada país en los problemas que sucedían en otras partes alejadas o desconocidas del mundo. No existía la sensación de vivir en un mundo inter-conectado.
- Cobertura de conflictos pero poca cobertura de desastres naturales: El periodismo internacional, se ocupaba de cubrir los conflictos armados, a los que tenía acceso, pero no existía un periodismo especializado o interesado en desastres naturales.

2.2. Los años noventa

- Fin de la Guerra fría: trae como consecuencia la proliferación de conflictos internos que se encontraban contenidos hasta 1989. Se trata de conflictos sangrientos, que al ser de carácter interno generan grandes movimientos de refugiados y donde se

producen violaciones aberrantes de los derechos humanos. Ej. Conflicto en los Balcanes o en los Grandes Lagos.

- Explosión de Internet: El surgimiento de Internet facilita la comunicación a bajo costo a nivel mundial y en tiempo real. De este modo, las imágenes de estas crisis se expanden rápidamente y comienzan a aparecer sitios de internet dedicados a la cobertura de noticias humanitarias. Ej. Reliefweb (www.reliefweb.int)
- Efecto CNN: Durante los años 90, el poder de influencia de la CNN y las grandes cadenas de noticias multinacionales era sumamente importante en la determinación de cuáles eran las crisis que estaban ocurriendo y a las que la comunidad internacional debía prestar atención. El llamado CNN fue sumamente discutido en el ámbito internacional ya que muchos argumentaban que no eran las crisis más graves las que eran promovidas por estos medios, afectando seriamente a las prioridades humanitarias y generando reacciones políticas apresuradas. El Secretario General de la ONU llegó a describir la cadena televisiva CNN como "el miembro 16 del Consejo de Seguridad".
- Resurgimiento del movimiento de derechos humanos: El movimiento de derechos humanos se ve revitalizado por la democratización de muchos países que se encontraban bajo regímenes totalitarios y esto se expande a la defensa de los derechos humanos alrededor del mundo, apoyado en las nuevas tecnologías y el surgimiento de numerosas ONG.
- Proliferación de ONG: El nuevo contexto político asimismo generó que la sociedad civil comienza a organizarse a través de agrupaciones, ONG, y que muchas de ellas, se ocupen de temas globales y emergencias alrededor del mundo. Todas ellas, contribuyen a la producción de nuevo contenido humanitario inexistente unos años atrás.
- Globalización: Como producto de las nuevas tecnologías y la disminución de controles en la información, comienza a surgir un interés por los acontecimientos que suceden en otros países. El gran shock provocado por las imágenes de la hambruna de Somalia en el 92 y las crisis de los Balcanes y Grandes Lagos, generan un interés del público en crisis que suceden en otros países.

2.3. Después del tsunami asiático de 2004

- Sobrecarga informativa: Debido a la cantidad de actores humanitarios desplegados en el terreno, el desarrollo (y abaratamiento) de nuevas tecnologías de información y un revigorizado interés del público, a partir del tsunami en el 2004, se produce un efecto de sobrecarga de información humanitaria, en la que todos los actores y medios internacionales, regionales y locales, producen contenidos sobre las crisis, dificultando la selección de contenidos y el control de calidad de la información.
- Desastres “naturales” en la agenda de los medios: Las “novedad” relativa del fenómeno tsunami, constituía un contenido perfecto para los medios por su espectacularidad y asimismo, porque entre sus víctimas, no se encontraban solamente los habitantes locales sino también turistas internacionales. A partir de allí, los desastres naturales, han cobrado un mayor protagonismo dentro de los medios masivos de comunicación.
- Diversidad de actores humanitarios: A partir del crecimiento de las ONG humanitarias, aquí se suman otros actores no convencionales, como empresas privadas o militares. Todos estos actores producen información e intentan que sus productos informativos sean reproducidos por los medios generando información dudosa.
- Contenido generado por el público: El público también comienza a participar más activamente en la producción de información a través de fotos y videos tomados por sus teléfonos móviles, sus testimonios en blogs y sitios web, etc. SI bien este tipo de información tiene la ventaja de la inmediatez, en muchos casos no es fácil determinar la credibilidad de dichos contenidos. EJ. Libia.

2.4. Contexto actual

- Aumento de la sobrecarga informativa: El exceso de información continúa afectando seriamente la calidad y relevancia de la misma. La tarea fundamental de los responsables de comunicación o periodistas se ha transformado: De la obtención de la información se ha pasado a la selección y control de calidad de la información existente. Por ejemplo, en la crisis en Libia, se han registrado más de 3.500 informes de

ONG, Gobiernos u organismos internacionales, sin sumar los artículos periodísticos o contenidos generados a través de sitios web o redes sociales.

- Diversidad y pluralidad de actores humanitarios ha generado que los contenidos sean desarrollados a base a los intereses de las organizaciones. Por ej. Empresas privadas escriben notas de prensa sobre las necesidades de la población afectada respecto del producto que ellos mismos ofrecen en el mercado.
- Efecto CNN: Si bien con menor incidencia debido a la diversificación de medios y tecnologías, los medios más importantes continúan, en cierta medida, estableciendo la agenda sobre las crisis a las que debe prestarse atención.
  - La información generada por usuarios a través de redes sociales se ha multiplicado los contenidos propuestos por las víctimas de las crisis. Si bien estos contenidos son casi instantáneos y de suma importancia en las fases iniciales de un desastre natural o claves como testimonios de violaciones de derechos humanos, la credibilidad de los mismos es difícil de establecer.
  - Graves problemas de financiación: la crisis económica mundial, ha traído como consecuencia un recorte en los fondos que se destinaban a cuestiones humanitarias. A raíz de esto, las organizaciones humanitarias se ven obligadas a realizar campañas de comunicación para generar visibilidad y atraer fondos, generando en algunos casos competencia entre las distintas entidades.
  - Menos corresponsales: Debido a la crisis económica mundial y al desarrollo de tecnologías de intercambio de información, la figura del corresponsal desplegado en el terreno, ha sido reducida a casos muy específicos. La mayoría de los medios de comunicación no disponen de los fondos para mantener corresponsales permanentes y se alimentas de agencias de noticias o sociedades con medios locales.
  - Especialización en distintos tipos de crisis: Con la expansión de la cobertura mediática de las crisis a partir de los años 90, distintos medios y periodistas se han especializado en regiones o temas de interés. Tradicionalmente, existían los reporteros expertos en países o regiones, pero en la actualidad, han surgido expertos en cambio climático, desarrollo, crisis alimentarias, etc.
  - Proliferación de medios locales y temáticos: Debido a los bajos costos para establecer medios de comunicación, han proliferado las radios, sitios de noticias y

hasta, emisoras de televisión de bajo costo difundidas a través de Internet. Esto ha producido asimismo una diversificación del trabajo periodístico y en algunos casos, afectado la calidad del mismo. Aunque como contrapartida, surge cobertura de temas que han sido relegado de la agenda mediática internacional.

- Mayor enfoque en emergencias repentinas: A pesar de un interés renovado en desastres naturales, solo aquellos repentinos atraen la atención de los medios. A pesar de que la gran cantidad de víctimas producto de sequías o crisis alimentarias de formación lenta, el interés mediático por ellas, no es comparable al generado por los desastres repentinos.
- Las redes sociales: La redes sociales han revolucionado la participación del público en la generación de contenidos así como opinando sobre el trabajo de los periodistas ya que los medios permiten en su mayoría comentarios de los usuarios.

3. Planteamientos de las ONG humanitarias y de desarrollo: el Código de imágenes y mensajes

En este contexto de avance y surgimiento de nuevas realidades en el campo de la información humanitaria que ha ido acompañada de una cierta insatisfacción en el tratamiento que los medios dan a las situaciones de emergencia, en el año 1989, las ONG de desarrollo europeas agrupadas en la Asamblea General del Comité de Enlace de las Organizaciones No Gubernamentales europeas ante la Comisión Europea, aprobaron un Código de Conducta Imágenes y mensajes a propósito del Tercer Mundo[2] que ya desde su preámbulo suponía una crítica al abuso por parte de algunos medios de ciertas imágenes y mensajes:

> "En los últimos diez años, el público europeo ha sido regularmente ahogado bajo una masa de informaciones e imágenes angustiosas sobre la situación de urgencia que existe en ciertos países el Tercer mundo. Ha debido absorber diversas interpretaciones de la situación y ha sido objeto de llamadas acuciantes, expresadas sobre todo en términos de caridad, a fin de ayudar a las poblaciones en dificultades. Si estas campañas han permitido innegablemente salvar a un gran número de vidas humanas, también han influido en la idea que la ciudadanía europea se hace del

[2] La versión completa del Código de Imágenes y Mensajes puede obtenerse en https://acpp.com/acpp2/descargas/codigo_conducta_imagenes.pdf

> Tercer Mundo, sus problemas y sus posibles soluciones, así como en sus propias relaciones con estos países. La carga emocional de la imagen, el uso de lemas publicitarios lapidarios y la eficacia de su repetición, hacen del cine, la televisión, el cartel y los periódicos medios idóneos para atraer la atención del público. No obstante, se corre el riesgo, con este tipo de comunicación, de descuidar lo fundamental, ocultando la cara positiva de las cosas, en aras de lo más espectacular.
>
> Esto se ha vuelto un factor determinante en la colaboración futura Europa/Tercer Mundo, pues ciertas imágenes o mensajes, difundidos por los medios o las ONG, pueden perjudicar el trabajo de las organizaciones de cooperación al desarrollo. En efecto, la calidad de la cooperación y de toda solidaridad con los países del Tercer Mundo reposa esencialmente sobre estas imágenes y mensajes producidos hacia el público objeto del trabajo de sensibilización llevado por las ONG."

El Código de 1989 se enmarca dentro de los conceptos de Educación para el desarrollo (EpD) dominantes en aquella época que, aunque dan lugar a interpretaciones muy diversas y a menudo ambiguas, debido al número de áreas que abarcan, se fundamentan en:

- Promover la toma de conciencia de la problemática del desarrollo, comprender sus causas y soluciones, su interdependencia y su reciprocidad, para un mejor conocimiento mutuo.
- Aumentar la voluntad de participación en el debate para sostener una política de verdadera cooperación política, económica y cultural.
- Intensificar la solidaridad entre los pueblos con todos los socios posibles, por medio de un mejor conocimiento recíproco.
- Reforzar el compromiso de las ONGD, de los Estados y de la CE para lograr cambios estructurales a favor de las poblaciones más desheredadas.

En este sentido, el Código propone una serie de acciones que las ONG europeas se comprometen a incorporar en sus proyectos de EpD que, de forma general, deben velar por hacer comprender mejor:

- Las realidades y complejidades de los países del Tercer Mundo en su contexto histórico.
- Los obstáculos particulares con los cuales choca el desarrollo.
- La diversidad de las situaciones que caracteriza a estos países.
- Los esfuerzos propios desplegados.
- Y los progresos realizados.

Más en concreto se proponen una serie de Reglas prácticas:

1. Evitar las imágenes catastróficas o idílicas que incitan más a la caridad limitada a la buena conciencia que a la reflexión.
2. Toda persona debe ser presentada como un ser humano y las informaciones sobre su medio ambiente social, cultural y económico deben ser mostradas a fin de preservar su identidad cultural y su dignidad. La cultura debe ser presentada como una palanca al desarrollo de los pueblos del Tercer Mundo.
3. Los testimonios de las personas interesadas deben ser utilizados con preferencia sobre las interpretaciones de terceros.
4. Debe ponerse de relieve la capacidad de las personas para hacerse cargo de sí mismas.
5. El mensaje debe ser concebido de manera que evite en la mente del público toda globalización y generalización.
6. Los obstáculos internos y externos al desarrollo deben aparecer claramente.
7. Deben subrayarse la dimensión de la interdependencia y la noción de co-responsabilidad en el mal-desarrollo.
8. Las causas de la miseria (políticas, estructurales, naturales) deben ser expuestas en el mensaje que debe llevar al público a descubrir la historia y la situación real del Tercer Mundo, así como las realidades profundas de las estructuras de estos países antes de la colonización. Conscientes del pasado, hay que partir de la realidad de hoy y ver lo que puede hacerse para suprimir las condiciones de extrema pobreza y opresión. Hay que subrayar los problemas de poder y de interés y denunciar los medios de opresión así como las injusticias.
9. El mensaje debe velar por evitar toda clase de discriminación (racial, sexual, cultural, religiosa, socioeconómica...).
10. La descripción de nuestros socios del Tercer Mundo como dependientes, pobres, sin poder, se aplica tanto más a las mujeres, que son presentadas con más frecuencia como víctimas dependientes o, peor aún, son completamente ignoradas. La mejora sustancial de la parte visual del material de Educación para el Desarrollo, pasa también por el cambio en la presentación de la imagen de las mujeres del Tercer Mundo.
11. Los socios del Sur deben ser consultados para la elaboración de todo mensaje.
12. Cuando una ONG, en el marco de un proceso de captación de fondos, colabora con otros socios (instituciones, organizaciones o empresas privadas) debe velar para que las recomendaciones del presente Código sean respetadas en tu totalidad. Sería oportuno hacer una mención del Código en los contratos de patrocinio realizados entre ONG y sus socios.

Este primer código ha tenido mucho impacto desde aquella época en las ONG y ha sido objeto de concreción posterior en otros códigos similares de carácter nacional o regional. En cualquier caso, sirvió para poner de manifiesto una realidad creciente y la necesidad por parte de las ONG de avanzar en sus políticas de comunicación e imagen. No solo en las acciones vinculadas con la EpD o la captación de fondos, sino con sus planteamientos generales. Fue en aquella época en la que se crean o fortalecen los departamentos de

comunicación de muchas ONG, se aborda el asunto con mucha mayor profesionalidad y se comienzan a establecer lazos más estables y con más rigor con los medios de comunicación. Y si esto afecto a las ONG de desarrollo en general, sin duda tuvo mayor impacto en las de carácter humanitario.

4. Un Código de conducta humanitario que aborda los temas de comunicación

En el año 1994, en pleno post genocidio de Ruanda, un grupo de ONG con especial presencia en las emergencias abordó la tarea de elaborar un código común para el trabajo humanitario. El **Código de Conducta para el socorro en casos de desastre del Movimiento de la Cruz Roja y las ONG**, preparado por la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja y por el CICR, junto con Caritas Internationalis, Catholic Relief Services, la Alianza Internacional de Save the Children, la Federación Mundial Luterana, Oxfam y el Consejo Mundial de Iglesias, al que luego se han unido centenares de ONG, recopila diez principios de carácter deontológico y voluntario que la organización que decida suscribirlos se compromete a respetar y cumplir.

Este Código no solo contiene los diez principios que marcan un estándar de comportamiento, sino que también incluye en sus anexos la descripción del entorno de trabajo que cabe desear que propicien los gobiernos, tanto de los países beneficiarios como de los países donantes, y las organizaciones intergubernamentales a fin de facilitar una prestación eficaz de la asistencia humanitaria. Estos principios tienen sentido si al compromiso organizacional se une el compromiso ético individual del trabajador humanitario, ya que sin esta ética personal difícilmente se puede lograr un trabajo de la calidad que este campo requiere.

CÓDIGO DE CONDUCTA DE LA CRUZ ROJA Y DE LA MEDIA LUNA ROJA Y LAS ONG EN LA AYUDA EN DESASTRES (RESUMEN)[3]

[3] La versión completa del Código puede encontrarse en https://www.icrc.org/spa/resources/documents/misc/64zpm8.htm

El Código tiene como objetivo definir unas normas de conducta y garantizar la independencia, la eficacia y la repercusión de las operaciones de ayuda humanitaria.
Los principios elaborados para las ONG que participan en programas de ayuda humanitaria para desastres incluyen los siguientes:

1. El imperativo humanitario es lo primero; la ayuda se entrega con independencia de la raza, el credo o la nacionalidad de los receptores y sin distinción de ningún tipo.
2. Las prioridades de la ayuda se evalúan únicamente en función de la necesidad.
3. No se utilizará la ayuda para promover un punto de vista político o religioso determinado.
4. Las ONG intentarán por todos los medios no actuar como instrumentos de la política exterior de los gobiernos.
5. Las ONG respetarán la cultura y las costumbres locales.
6. Las ONG intentarán basar su respuesta a la catástrofe sobre las capacidades locales.
7. Se buscarán medios para implicar a los beneficiarios de los programas en la gestión de la ayuda humanitaria.
8. La ayuda humanitaria deberá hacer lo posible para reducir la vulnerabilidad futura ante las catástrofes, así como satisfacer necesidades básicas.
9. Las ONG rendirán cuentas tanto ante los beneficiarios como ante los donantes.
10. En las actividades de información se reconocerá a las víctimas como seres humanos dignos y no como objetos desesperanzados que inspiran compasión

El Código supuso un avance muy considerable en el ámbito humanitario ya que, junto a los clásicos principios humanitarios de imparcialidad, independencia… incorpora más cuestiones vinculadas con la necesidad de buscar soluciones duraderas para las crisis, la lucha contra la vulnerabilidad profunda, la rendición de cuentas hacia las comunidades y personas beneficiarias, entre otras muchas novedades que suponen avances frente a concepciones asistencialistas de los humanitario. Y en esta misma línea, incorpora en el punto décimo un compromiso en materia de comunicación que además se concreta en que:

Nunca debe perderse el respeto por las víctimas de los desastres, que deben ser consideradas como asociados en pie de igualdad. Al informar al público, deberemos presentar una imagen objetiva de la situación de desastre y poner de relieve las aptitudes y aspiraciones de las víctimas y no sencillamente su vulnerabilidad y sus temores.

Si bien cooperaremos con los medios de información para suscitar un mayor respaldo público, en modo alguno permitiremos que las exigencias internas o externas de publicidad se antepongan al principio de lograr una máxima afluencia de la asistencia humanitaria.

Evitaremos competir con otras organizaciones de socorro para captar la atención de los medios informativos en situaciones en las que ello pueda ir en detrimento del servicio prestado a los beneficiarios o perjudique su seguridad y la de nuestro personal.

5. La Norma Humanitaria Esencial

Por último, en esta exposición de los enfoques de las ONG en materia de comunicación y medios, debemos citar la Norma Humanitaria Esencial en materia de calidad y rendición de cuentas (CHS, por sus siglas en inglés Common Humanitarian Standard)[4]. La CHS es fruto de la labor de la Joint Standards Initiative (JSI), una iniciativa de la Asociación de Rendición de Cuentas Humanitaria HAP, People In Aid y el Proyecto Esfera que busca lograr una mayor coherencia entre las organizaciones que establecen normas en el sector humanitario. Establece Nueve Compromisos que las organizaciones y personas implicadas en la respuesta humanitaria pueden utilizar con el fin de mejorar la calidad y la eficacia de la asistencia que brindan. Asimismo, facilita una mayor rendición de cuentas hacia las comunidades y personas afectadas por crisis humanitarias, ya que éstas, al saber a qué se han comprometido las organizaciones, podrán exigir que se les rinda cuentas al respecto.



La CHS sitúa a las comunidades y personas afectadas por crisis en el centro de la acción humanitaria y promueve el respeto de sus derechos humanos fundamentales. Se sustenta en el derecho a vivir con dignidad y el derecho a la protección y la seguridad, conforme a lo dispuesto en el derecho internacional y en la Carta Internacional de Derechos Humanos. Como norma esencial, la CHS describe los elementos fundamentales de una acción humanitaria de calidad, responsable y basada en principios. Las organizaciones humanitarias pueden usarla como un código voluntario con el que alinear sus propios procedimientos internos, y puede servir de base para comprobar el rendimiento, para lo cual se ha desarrollado un marco específico e indicadores asociados con el fin de asegurar su pertinencia para diferentes contextos y tipos de organización.

Aunque la CHS no dedica ningún punto específico a los temas de comunicación, en varios de sus apartados hace referencias a algunas dimensiones del tema, en línea con los Códigos que hemos visto anteriormente. Así en el punto 4 "**Las comunidades y personas afectadas por crisis humanitarias conocen sus derechos, tienen acceso a la información y participan en todas las decisiones que les conciernen**", el criterio de calidad es que la respuesta humanitaria se basa en la comunicación, la participación y la retroalimentación.
Incluye en su acción clave **4.7 La comunicación externa, incluida la destinada a la recaudación de fondos, es precisa, ética y respetuosa y presenta a las comunidades y personas afectadas por crisis humanitarias como seres humanos dignos.**

En otro de los puntos de la CHS se establece que "3.8 **Existen sistemas para salvaguardar cualquier información personal obtenida de las comunidades y personas afectadas por crisis humanitarias que podría ponerlas en riesgo**". Este ha sido un tema que en ocasiones ha causado problemas y por ello se decidió incluirlo en la CHS dentro de un apartado más amplio relacionado con el que "la respuesta humanitaria fortalece las capacidades locales y evita causar efectos negativos".

---

[4] Puede consultarse todo el texto de la CHS en https://corehumanitarianstandard.org/files/files/Core%20Humanitarian%20Standard%20-%20Spanish.pdf

Uno de los avances de la CHS sobre los anteriores Códigos es que establece mecanismos de rendición de cuentas, incluso de certificación y verificación de las organizaciones signatarias mucho más exigentes y rigurosos.

6. Algunos avances en el entendimiento mutuo. La reunión de ALNAP en Madrid de 2008 y sus consecuencias

El tsunami que asoló las costas asiáticas a finales del año 2004 revitalizó el interés por la necesidad de mejorar la relación entre los medios y las organizaciones humanitarias y tras un largo periodo de preparación, la Red ALNAP[5] (Active Learning Network on Accountability and Performance in Humanitarian Action) que agrupa a entidades dedicadas a la evaluación y la mejora en este sector, dedicó su Asamblea anual a este tema. El evento, el más importante hasta la fecha en esta materia avanzó algunas propuestas:

1. Evaluar el papel de las relaciones con los medios y las comunicaciones en acción humanitaria y aplicar este aprendizaje dentro de todas las agencias.
2. Emprender un trabajo regular e independiente de carácter crítico de las tendencias en la cobertura de los medios de las crisis humanitarias y el efecto que esas estas tendencias tienen en los gobiernos, las políticas, las operaciones de socorro y las poblaciones afectadas por crisis.
3. Establecer asociaciones de colaboración entre los medios de comunicación y las agencias de ayuda que deberían trabajar juntos para "descodificar" los "mitos y falsas realidades" que rodean los desastres y crisis, y para encontrar formas de contrarrestar la propagación inexacta y engañosa de bulos o informaciones imprecisas. Una meta de tales asociaciones puede ser desarrollar un código de buenas prácticas para aclarar expectativas y aumentar el entendimiento entre los actores humanitarios, las organizaciones locales y los medios.
4. Establecer una alianza global de medios y actores humanitarios, en el plano local, nacional e internacional. Los medios de comunicación y la comunidad humanitaria necesitan cada uno al otro y cada uno posee herramientas refinadas que el otro podría utilizar mejor. Hay una necesidad de establecer confianza y respeto a nivel local, nacional

e internacional entre los profesionales de ambas comunidades. También es importante que las iniciativas y plataformas de intercambio de información existentes como IRIN, Alertnet y Reliefweb se fortalezcan.

5. Considerar la satisfacción de las necesidades de las poblaciones afectadas por la crisis como objetivo común central de los medios y las agencias humanitarias. Ambos trabajan hacia la realización de los derechos de los beneficiarios a la información humanitaria en todas las fases del desastre. También fortalecer su derecho a ser escuchados, y a hablar por ellos mismos aumentando su acceso y control sobre la información.

El impacto de este evento fue bastante grande en el sector y tras él, las alianzas entre medios y organizaciones humanitarias para diversos proyectos (algunos de los cuales se mostrarán en otras ponencias de este seminario) se han acrecentado.

7. Algunas conclusiones y pautas para un trabajo conjunto

Como hemos ido viendo a lo largo del texto, las visiones sobre el papel de los medios de comunicación en las crisis humanitarias, aunque han evolucionado, continúan teniendo un carácter bastante crítico, y ese "condenados a entenderse" que defiendo, no siempre se produce. Por otro lado, no es menos cierto que desde los medios se ven a veces los códigos y otras iniciativas de las ONG como una especie de censura de la realidad o como una suerte de intento de control o limitación de su independencia. ¿Cuáles serían algunas propuestas prácticas para avanzar?

1. Respeto de la independencia del otro actor, aunque no esté exenta de crítica. (Girardet, E. 2008)
2. Esfuerzos para compartir información relevante de utilidad global. Sobre todo informaciones de contexto, seguridad, acceso, etc. Evitar concepciones meramente utilitaristas de un actor sobre el otro.

[5] Todos los documentos del evento con el nombre de "Don't Chase Headlines, Chase Good Quality News... Don't Be First, Be Accountable." A New Agenda for News New Agenda for News Media and Humanitarian Aid, pueden descargarse en https://www.alnap.org/system/files/content/resource/files/main/23-media.pdf

3. Establecimiento de ciertos principios comunes en el manejo de la información. Clásicamente[6] en este sector se han incluido los de:
    a. Relevancia
    b. Objetividad
    c. Verificabilidad
    d. Rendición de cuentas
    e. Humanidad
    f. Temporalidad
    g. Inclusividad
    h. Accesibilidad
    i. Interoperatividad
4. Entender la complejidad. Ninguna crisis es simple y no hay que simplificar en exceso los mensajes.
5. Favorecer las visitas de periodistas a acciones en el terreno respetando su independencia. Mostrar los éxitos pero también si los hay los problemas o fracasos. La acción en el terreno nunca es fácil y debe rendir cuentas.
6. Dar voz a las personas afectadas, a los supervivientes y a las organizaciones locales. El famoso "somos la voz de los que no tienen voz" mil veces usado por ONG debe dar paso a iniciativas reales de amplificación de las voces locales.

Queda mucho por hacer pero en el camino de construir sociedades más libres, mejor informadas y más solidarias, los medios de comunicación y las organizaciones humanitarias tenemos todavía un largo camino en común.

Bibliografía

ALNAP https://www.alnap.org/help-library/23rd-alnap-meeting-meeting-report-a-new-agenda-for-news-media-and-humanitarian-aid

Fisas Armengol, V. (2005) La comunicación en los conflictos contemporáneos, trabajo elaborado para la cátedra UNESCO de Cataluña (Mimeo).

[6] Para más información puede consultarse http://emergencyjournalism.net/index.html

Girardet, E. (2008). “Aid projects need more critical media coverage” in the Christian Science. Monitor. http://www.csmonitor.com/2007/0608/p09s01-coop.html?page=3

IECAH (2007). Medios de comunicación y organizaciones humanitarias en la respuesta a las crisis. La Casa Encendida. Madrid.

Ignatieff, M. (1999). El honor del guerrero: guerra étnica y conciencia moderna. Ed. Taurus. Madrid.

Minear, L. Scott, C. Weiss, T. (1996) The News Media, Civil War, and Humanitarian Action, Lynne Rienner Publishers, London.

Rey Marcos, F. (2002) “Estado y periodismo en las crisis humanitarias ¿Quién condiciona a quién?” En Nos Aldas, E. (ed.), 2002. Medios Periodísticos, Cooperación y Acción humanitaria. ¿Relaciones imposibles?, Barcelona, Icaria.

Strobel, W.P. (1996) “The media and U.S. Policies toward intervention”, en Managing Global Chaos, USIP Press,

ICRC, IFRC and OCHA. (2017). How to use social media to engage with people affected by crisis https://www.icrc.org/en/document/social-media-to-engage-with-affected-people

Páginas web de interés

BBC World Service Trust: http://www.bbc.co.uk/worldservice/trust/
Campus del IECAH: www.campusiecah.org
IECAH: www.iecah.org
Internews: http://www.internews.org/
IRIN: http://www.irinnews.org/
Planeta Futuro:
https://elpais.com/elpais/2014/01/15/planeta_futuro/1389821361_116556.html
ReliefWeb: http://www.reliefweb.int/rw/dbc.nsf/doc100?OpenForm
Reuters Alertnet: http://www.alertnet.org/
WHO: Myths and realities in disasters http://www.who.int/hac/techguidance/ems/myths/en/